

BAB I

PENDAHULUAN

A Latar Belakang Penelitian

Mixue adalah toko minuman dan es krim Tionghoa yang didirikan oleh Zhang Hongchao pada tahun 1997. Sebagai mahasiswa di Universitas Henan di Tiongkok, Hongchao awalnya memproduksi es krim Mixue dalam bentuk es krim, yang kemudian ia jual di warung sederhana untuk menghidupi keluarganya. di Zhengzhou, Henan. Pada tahun 2010, Mixue Bingcheng bekerja sama dengan Zhengzhou Baodao Trading Co., Ltd. memperluas operasi waralaba di seluruh negeri, semakin meningkatkan visibilitas dan dampak perusahaannya. Kerjasama tersebut tersebut mulai meningkat pada tahun-tahun berikutnya, terbukti dengan dibukanya banyak kantor di berbagai negara. Berdasarkan data Momentum Works pada gambar 1.1, Mixue sudah menjadi perusahaan F&B terbesar ke-5 di dunia dengan 21.582 toko pada tahun 2022.

Pada 27 Desember 2022, seorang penggemar teknologi bernama Jason Alexander membagikan riset pribadinya di LinkedIn dengan data Google Maps menggunakan Tableau. Berdasarkan riset ini, ada 692 cabang Mixue di Indonesia dan provinsi Jawa Barat yang menguasai hingga 189 unit. Setelah itu Jawa Timur dengan 114 unit cabang Mixue dan Jawa Tengah dengan 113 cabang Mixue. Diumumkan bahwa cabang Mixue pertama di Indonesia dibuka pada tahun 2020 di Cihampelas Walk di Bandung. Banyaknya outlet yang dimiliki Mixue di Indonesia menjadi alasan mengapa warganet membuat *memes* tentang Mixue di sejumlah sosial media. "Beri aku satu ruko kosong maka akan kujadikan outlet Mixue," dan ada pula "Mixue Malaikat Pencabut Nyawa Ruko Kosong."

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 1. 1

7 bisnis f&b dengan outlet terbanyak di dunia menurut Momentum Works



Keterangan : hasil infografis tujuh rantai Makanan & Minuman teratas di dunia hingga akhir tahun 2021 <https://thelowdown.momentum.asia/will-mixue-overtake-mcdonalds-as-the-worlds-largest-fb-chain/>

Banyak perusahaan *fast food* yang menyediakan produk eskrim di Indonesia. Contohnya Haagen Dazs, Baskin Robbins, dan McDonald yang bahkan beriklan di televisi tetapi tidak sepopuler Mixue saat ini. Salah satu kepopuleran Mixue yang disorot publik adalah dibukanya cabang Mixue yang berkembang pesat. Pertanyaannya mengapa Mixue begitu populer di masyarakat sehingga Mixue dapat berkembang dengan cepat? Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui aspek-aspek *points of difference* yang membentuk preferensi Mixue di Indonesia.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Rumusan Masalah



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Keller (2003) dan Kotler and Keller (2016) mengemukakan bahwa untuk menciptakan posisi merek, perusahaan harus merancang point of difference (POD), atribut atau manfaat yang sangat diasosiasikan konsumen dengan merek dan diyakini dimiliki.

Bedasarkan riset pendahuluan (*preliminary research*), maka didapatkan hasil penelitian yang membedakan Mixue dari outlet eskrim lainnya adalah Mudah di temukan outletnya, Rasanya yang berbeda dari kompetitornya, Keunikan mascot manusia salju dan warna outletnya, tampilan outletnya. Untuk mengetahui hubungan *points of difference* dengan preferensi konsumen Mixue, disusun pertanyaan penelitian (*research questions*) sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh banyaknya outlet terhadap preferensi konsumen terhadap Mixue?
2. Bagaimana pengaruh rasa produk terhadap preferensi konsumen terhadap Mixue?
3. Bagaimana pengaruh mascot dan warna outlet terhadap preferensi konsumen terhadap Mixue?
4. Bagaimana pengaruh tampilan outlet terhadap preferensi konsumen terhadap Mixue?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C. Batasan Penelitian



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dengan batasan masalah penelitian dapat dilakukan dengan lebih terarah dan jelas, untuk itu peneliti memberikan batasan masalah sebagai berikut :

1. Objek penelitian ini adalah Mixue.
2. Subjek penelitian ini adalah orang-orang yang mengenal dan pernah membeli produk Mixue.
3. Penelitian ini dilakukan di Jabodetabek dan sekitarnya.
4. Penelitian ini berlangsung dari bulan Maret 2023 – Juni 2023

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yang dilakukan untuk :

1. Mengetahui pengaruh banyaknya outlet terhadap preferensi konsumen terhadap Mixue.
2. Mengetahui pengaruh rasa produk terhadap preferensi konsumen terhadap Mixue.
3. Mengetahui pengaruh mascot dan warna outlet terhadap preferensi konsumen terhadap Mixue.
4. Mengetahui pengaruh tampilan dalam outlet terhadap preferensi konsumen terhadap Mixue.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



E. Manfaat Penelitian



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan informasi dan wawasan tentang mengembangkan bisnis sehingga dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Informasi yang diperoleh dari penelitian ini dapat dijadikan masukan dan bahan pertimbangan dalam mengembangkan bisnis khususnya dibidang makanan dan minuman serta menjadi acuan bagi Mixue untuk mengambil keputusan untuk mengembangkan bisnis kedepannya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.